

**“PREDIKTOR-PREDIKTOR INTENSI PENGGUNAAN INTERNET  
DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN ONLINE”**

**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)**

**TESIS**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Magister

Progran Studi Magister Manajemen

Minat Utama:

Manajemen Pemasaran



**Disusun Oleh :**

**YETI DIAH WIYANTI**

NIM: S411408029

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**PROGRAM PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**

**SURAKARTA**

**2016**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PREDIKTOR-PREDIKTOR INTENSI PENGGUNAAN INTERNET**  
**DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN ONLINE**  
**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)**

Disusun oleh:

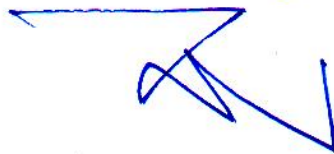
**YETI DIAH WIYANTI**

NIM: S411408029

Telah disetujui Pembimbing

Pada tanggal: 22 Juni 2016

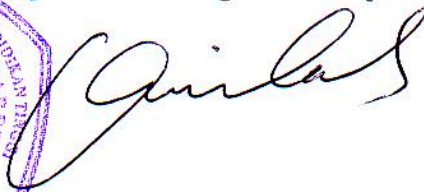
Pembimbing



**Dr. Wisnu Untoro, M.S.**  
NIP. 19540220 198003 1 002

Mengetahui:

Ketua Program Studi Magister Manajemen



**Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, MS**  
NIP. 19590130 198601 2 001

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PREDIKTOR-PREDIKTOR INTENSI PENGGUNAAN INTERNET**  
**DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN ONLINE**  
**(Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)**


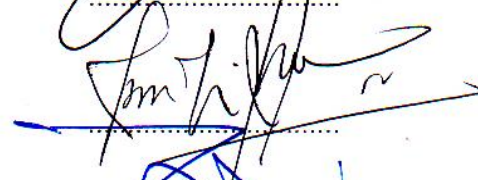
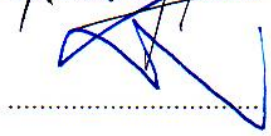
Disusun oleh:

**YETI DIAH WIYANTI**

NIM: S411408029

Telah disetujui dan diserahkan oleh Tim Penguji:

Pada tanggal: 25 JUL 2016

Jabatan	Nama	Tanda Tangan
Ketua Tim Penguji	: <b><u>Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, MS</u></b> NIP. 19590130 198601 2 001	
Penguji	: <b><u>Dr. Budhi Harvanto, MM</u></b> NIP. 19600904 198601 1 001	
Pembimbing	: <b><u>Dr. Wisnu Untoro, M.S.</u></b> NIP. 19540220 198003 1 002	

Mengetahui.



**Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd**  
NIP. 19600727 198702 1 001

Ketua Program Studi  
Magister Manajemen,



**Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, MS**  
NIP. 19590130 198601 2 001

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Yeti Diah Wiyanti

NIM : S411408029

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul “Prediktor-Prediktor Intensi Penggunaan Internet dalam Melakukan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)” adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam tesis ini diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tesis dan gelar yang saya peroleh atas tesis tersebut.

Surakarta, 21 Juni 2016

Yang membuat pernyataan



**YETI DIAH WIYANTI**

NIM: S411408029

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

☞ **“Semangat, Sabar dan Berdo’a adalah Kunci menuju kesuksesan dan menjadi yang terbaik dengan Ridho Allah SWT”. (Penulis)**

☞ **“Cukuplah Allah menjadi penolong kami dan Allah adalah sebaik-baik pelindung”. (Q.S. Al-Baqarah: 153)**

### **PERSEMBAHAN**

Dengan kesungguhan hatiku, kupersembahkan karya yang sederhana ini kepada:

**“Ibuku dan Seluruh keluargaku tersayang”**

**“Almamaterku tercinta”**

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas segala limpahan rahmat, taufik, hidayah serta karunia-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan tesis dengan judul “Pengaruh Prediktor-Prediktor Terhadap Intensi Penggunaan Internet Dalam Melakukan Pembelian Online (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)”. Penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Ravik Karsidi, M.S., selaku Rektor Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Prof. Dr. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Dr. Hunik Sri Runing Sawitri, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Prof. Dr. Asri Laksmi Riani, M.S., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta.
5. Dr. Wisnu Untoro, M.S., selaku Dosen Pembimbing Tesis yang selalu bersedia memberikan arahan, bimbingan, do’a dan dukungannya, sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Dr. Budhi Haryanto, MM., selaku Dosen Penguji yang telah membantu memberikan banyak sekali masukan, kritikan dan arahan perbaikan, sehingga tesis ini dapat diperbaiki dengan lebih baik dari sebelumnya.

7. Segenap dosen-dosen Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta atas pendidikan yang telah diberikan selama ini dan seluruh staf dan karyawan yang telah banyak membantu dan memperlancar proses penyelesaian tesis ini.
8. Ibuku tercinta yang tak pernah ada henti-hentinya memberikan do'a dan dukungan baik materiil dan spirituil selama ini, kembar, kakak dan kakak ipar yang hingga saat ini tak pernah lelah dan tak pernah berhenti memberikan doa dan dukungannya serta keponakan kecilku yang selalu bersedia untuk menghiburku.
9. Teman-temanku seperjuangan Magister Manajemen Universitas Sebelas Maret Surakarta angkatan 43 atas bantuan, kebersamaan, kekompakan dan dukungannya selama ini.

Atas segala bantuan yang telah diberikan, hanya doa yang dapat penulis panjatkan, semoga Allah melimpahkan banyak kebaikan kepada kalian semua dan menjadikannya amal ibadah yang mulia. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Surakarta, 21 Juni 2016

Penulis,

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PENGUJI .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
ABSTRAK .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Orisinalitas Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....	12
A. Tinjauan Pustaka .....	12
1. <i>Theory of Planned Behavior</i> .....	12
2. Pengertian Intensi .....	13
3. Pengertian Sikap .....	14
4. Norma Subyektif.....	15
5. Kontrol Perilaku yang Dirasakan.....	16
6. Pengalaman Belanja Online.....	17
7. Kepercayaan.....	19
B. Pengembangan Hipotesis.....	20
C. Kerangka Pemikiran .....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36



A. Desain Penelitian .....	36
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
C. Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data .....	37
D. Instrumen Penelitian .....	38
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	38
F. Metode Analisis Data .....	45
1. Analisis Deskriptif .....	45
2. Uji Instrumen Data.....	45
a. Uji Validitas .....	45
b. Uji Reliabilitas .....	46
c. Uji Hipotesis .....	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	49
A. Analisis Deskripsi Penelitian.....	49
B. Uji Instrumen Penelitian.....	55
1. Uji Validitas Data .....	55
a. Uji Validitas .....	55
b. Uji Reliabilitas .....	57
2. Evaluasi Validitas Data.....	58
a. Uji Normalitas Data .....	58
b. Uji Outliers.....	59
C. Analisis Hasil Evaluasi Model Fit .....	60
D. Modifikasi Model Struktural .....	61
E. Hasil Uji Hipotesis .....	62
F. Pembahasan .....	68
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Implikasi Manajerial.....	83
C. Keterbatasan Penelitian .....	84
D. Saran .....	85
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN .....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Skor Pernyataan .....	38
2. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	50
3. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden .....	51
4. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkatan Mahasiswa .....	51
5. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Fakultas .....	52
6. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Kemampuan Komputer ....	53
7. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Internet.....	54
8. Deskripsi Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja Online.	54
9. Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> (CFA) .....	56
10. Hasil Uji Reliabilitas.....	57
11. Hasil Uji Normalitas .....	58
12. Hasil Uji <i>Outliers</i> .....	59
13. Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i> .....	60
14. Hasil Uji <i>Goodness of Fit Model</i> Modifikasi .....	61
15. Hasil Pengujian Hipotesis Sebelum Dimoderasi .....	63
16. Hasil Pengujian Hipotesis Setelah Dimoderasi .....	67

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran .....	34

## **ABSTRAK**

**YETI DIAH WIYANTI**

**NIM: S411408029**

### **PREDIKTOR-PREDIKTOR INTENSI PENGGUNAAN INTERNET DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN ONLINE (Studi Pada Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh niat konsumen dalam menggunakan internet untuk melakukan pembelian online yang dipengaruhi oleh beberapa faktor penentu niat berupa sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, pengalaman belanja online dan kepercayaan, dan pengaruh pemoderasi berupa intensi penggunaan internet untuk pencarian informasi produk diantara variabel dependen dan independennya. Sampel terdiri dari 160 orang mahasiswa pengguna internet di Universitas Sebelas Maret Surakarta yang pernah melakukan pembelian online. Pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling* dan menggunakan kuesioner untuk proses pengumpulan data. Teknik analisis menggunakan *Structural Equation Modelling* (SEM) untuk mengetahui pengaruh langsung dari variabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor penentu niat berupa: sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan dan kepercayaan berpengaruh signifikan pada intensi penggunaan internet untuk melakukan pembelian kecuali pengalaman belanja online tidak berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan internet untuk melakukan pembelian dan faktor-faktor penentu niat berupa: sikap, norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, pengalaman belanja online dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap intensi penggunaan internet untuk melakukan pembelian ketika dimoderasi oleh intensi penggunaan internet untuk pencarian informasi.

**Kata kunci:** *Theory of Planned Behavior* (TPB), pengalaman belanja online, kepercayaan, intensi penggunaan internet untuk pencarian informasi, intensi penggunaan internet untuk melakukan pembelian.

## ABSTRACT

**YETI DIAH WIYANTI**

**NIM: S411408029**

*Predictors of The Intention to Use The Internet for Purchasing  
(A Study on Sebelas Maret University of Surakarta)*

*The purpose of this study was to examine and analyze the influence of intention to use the internet for purchasing was influenced by multiple determinants of intention form such as attitude, subjective norms, perceived behavioral control, internet purchase experience and trust, and the influence of moderating as intention to use the internet for information search between the dependent and independent variables. The sample consisted of 160 Internet users students at the Sebelas Maret University which ever purchase online. The sampling used non-probability sampling techniques and the use of a questionnaire for the data collection process. The data was analyzed using Structural Equation Modelling (SEM) to determine the direct influence of the research variables. The results show that the determinants of intention form: attitude, subjective norms, perceived behavioral control and trust have a significant effects on the intention to use the internet for purchasing unless the internet purchase experience have no significant effect on the intention to use the internet for purchasing and the determinants of intention form of: attitude, subjective norm, perceived behavioral control, internet purchase experience and trust have a significant effects oo the the intention to use the internet for purchasing when moderated by the the intention to use the internet for information search.*

**Keywords:** *Theory of Planned Behavior (TPB), internet purchase experience, trust, intention to use the internet for information search, intention to use the internet for purchasing.*